

Numéro Spécial ACER - octobre 2015

Multimédia

À LA LUNE

ISSN 1287-7663

PREDATOR



CONQUÉRIR DE NOUVEAUX MONDES

acer

25 ans d'Acer France : un anniversaire au sommet



Angelo d'Ambrosio, Directeur Général d'Acer France, revient sur le 25^e anniversaire de la marque en France à la veille de fêter les 40 ans du groupe Acer dans le monde entier en 2016.

Acer est présent en France depuis 25 ans. Quel chemin parcouru depuis ses débuts ?

Né en 1976 à Taïwan, le groupe Acer est depuis devenu un groupe de taille mondiale. D'abord

fabricant d'ordinateurs pour d'autres marques, Acer Computer est né du Spin-off entre plusieurs structures à la fin des années 90. Nos équipes regroupant R&D, marketing et commercial nous ont alors permis de développer des produits performants à la pointe de la technologie et de lancer la marque Acer à l'échelon mondial. La France a été une étape importante dans son développement en 1990. Depuis, nous avons traversé de nombreuses révolutions technologiques qui ont marqué ces dernières années. Notre croissance mondiale est passée par différentes acquisitions : Gateway en 2007, Packard Bell en 2008 et enfin E-Ten, fabricant de smartphones dès 2008 afin d'anticiper les évolutions du marché. Aujourd'hui, Acer est le 4^e groupe mondial du secteur avec 14 % de part de marché au dernier trimestre dans le monde et figure dans le top 3 en Europe de l'ouest et en France.

Quels sont le positionnement et la stratégie de la marque Acer ?

Aujourd'hui, il nous faut repenser notre approche dans le développement de nos produits. Après avoir connu une course au volume et à la performance, le PC est désormais devenu un objet du quotidien, le marché est maintenant porté par l'innovation et les nouveaux usages. Nous devons répondre aux besoins réels de nos clients, leur proposer de nouvelles solutions. On constate que le rythme d'adoption des nouvelles technologies ne cesse de s'accélérer, le smartphone a été intégré par le grand public en seulement deux à trois ans, les objets connectés commencent à intégrer notre quotidien. Une marque comme Acer se doit désormais d'apporter

des solutions complètes avec des écrans allant de 1 à 100 pouces (1 pouce étant le bracelet connecté, 100 pouces le rétroprojecteur Acer) qui répondent réellement à tous les nouveaux usages de nos clients. Preuve de cette réactivité, nous sommes désormais leader en Europe sur le secteur des 2 en 1 grâce à l'offre la plus large du marché.

Quelles sont les évolutions nécessaires pour développer la marque à l'avenir ?

Dans ce contexte, c'est à nous de proposer des solutions connectées (PC convertibles, tablettes, smartphones et objets connectés) qui correspondent aux nouveaux usages : mobilité, productivité, gaming, etc. Notre position en tant que marque est d'être agnostique, avec par exemple dans nos gammes des Chromebooks (un segment où Acer est n°1 dans le monde avec 40 % de part de marché) ou des PC sous Windows 10, baptisés

Cloudbooks. Nous participons au plan numérique de l'Éducation nationale qui prévoit d'équiper 800 000 collégiens de 5^e à la prochaine rentrée. Des tests sont en cours dans 200 collèges. Nous travaillons à aider ces acteurs à faire leur choix en fonction de leurs usages. Notre rôle étant de faciliter la mise en place de ce dispositif et d'aider à la révolution numérique en France. De même dans le gaming, nous suivons les recommandations des joueurs de la Team Acer qui nous font des recommandations précieuses dans le développement de nos nouvelles gammes. Nous cherchons à comprendre les codes et les usages de ces communautés, ce qui les motive, leurs exigences en termes de performance.



De quelle façon avez-vous choisi de fêter les 25 ans d'Acer en France ?

C'est une étape importante que nous devons fêter de manière moins formelle. C'est pourquoi nous avons choisi d'organiser une grande soirée à la Tour Eiffel réunissant journalistes, partenaires et les équipes d'Acer France. C'est un événement symbolique fort qui marque notre fierté, l'attachement de la marque Acer à la France et notre volonté d'être l'un des leaders des futures technologies.

Predator s'affiche en grand format à la PGW 2015

Acer sera présent pour la deuxième fois sur la Paris Games Week, un salon qui avec ses 250 000 visiteurs est sans conteste le plus grand salon du jeu vidéo en France. La Star du stand sera évidemment la gamme Gaming Predator qui ne cesse de s'étoffer.

Predator 15 et 17, le Portable Gamer ultime

En complément de l'Aspire V Nitro Black Edition nouvelle génération, dédié au casual Gaming, Acer a mis au point un châssis 100 % gaming avec le Predator en 15 et 17 pouces. Une bête de course au design spectaculaire avec ses deux ventilateurs, qui offre un refroidissement optimisé et propose la puissance nécessaire pour les joueurs les plus exigeants. Ces portables intègrent les technologies de dernière génération avec les processeurs Intel Core i7 de la série 6, les cartes graphiques Nvidia GeForce GTX980, 4 Go de mémoire sans oublier un stockage mécanique jusqu'à 1000 Go (7200tpm) associé à du SSD PCI Express pour plus de rapidité. Les joueurs les plus exigeants pourront aussi compter sur un 3^e système de ventilation venant s'insérer à la place du lecteur optique offrant ainsi 10 % de performance en plus.



Notebook Predator 15 et 17 disponibles en novembre à partir de 1 499 euros

Tablette Predator : le jeu non-stop

Afin de prolonger la qualité de l'expérience gaming, Acer propose sa première tablette Predator. Sous son mince capot en aluminium brossé, la GT-810 équipée du dernier processeur Intel Atom x7 dispose de la technologie sans fil MIMO pour donner aux jeux une nouvelle dimension mobile. Son écran 8 pouces Full HD propose des images d'une fidélité exceptionnelle pour une expérience de jeu d'une grande réactivité grâce notamment aux capteurs Predator Précision Plus. Son système audio unique Predator Quadrio avec ses quatre haut-parleurs et la technologie de retour de force Predator TacSense, renforcent l'immersion pour prendre en main les meilleurs jeux comme par exemple Asphalt 8 de Gameloft (offert en pré-chargement). Légère et fine, elle pèse moins de 350 grammes pour une épaisseur de seulement 8,7 mm.



Tablette Predator 8 disponible en octobre à partir de 349 euros

G 3 & G 6 : des machines de guerre

Pour un hardcore gamer, seule la puissance de la Tour PC est en capacité de répondre à ses exigences. Ce format de machine, évolutif à volonté, lui assure une plus grande pérennité dans le temps. Par conséquent, la présence de deux nouveaux châssis de desktop surpuissants, les Predator G3 et le G6, est un argument de poids pour la gamme. Sous leur armure, ces derniers affichent des configurations musclées : processeur Intel de 6^e génération, mémoire jusqu'à 64 Go en DDR4, stockage en SSD et SSHD, résolution jusqu'en 4K et cartes graphiques Nvidia GeForce GTX de série 9 et Titan X. Accompagnés des nouveaux moniteurs Predator incurvés, les Z35 et X34, Acer propose désormais les configurations immersives ultimes du gaming.



Predator G3/G6 disponibles en novembre à partir de 999 euros

Predator X34 (1 299 euros)



Predator Z35 (1 099 euros)

« Une stratégie de communica



Entretien avec Fabrice Massin, directeur marketing d'Acer France sur la stratégie de communication de la marque autour de ses 25 ans en France et plus généralement sur une fin d'année qui s'annonce riche en événements.

Quelle est la stratégie de communication autour de ce 25^e anniversaire d'Acer France ?

Nous organisons de nombreuses opérations autour de de cet évènement. La soirée organisée à la Tour Eiffel le 28 septembre dernier a été l'occasion de convier journalistes, bloggeurs, partenaires et les équipes d'Acer France afin de fêter dignement cet anniversaire. Radio FG, partenaire de l'évènement, a retransmis en direct l'émission de « Happy Hour » d'Antoine Baduel et a animé la soirée avec ses DJs.

Acer Aspire Switch 10E, produit héros de la campagne TV



Quelles seront les autres actions de communication d'Acer sur cette fin d'année ?

Au-delà de cet évènement phare, nous organisons sur la durée de multiples opérations sur les réseaux sociaux avec des jeux-concours. Des cadeaux sont à gagner chaque semaine dont un voyage aux Etats-Unis. Cela permet de mobiliser la communauté de la marque Acer qui compte plus de 150 000 fans sur Facebook. Nous menons également des campagnes d'e-mailing (CRM) en direct auprès de nos clients. Ce focus sur le digital contribue activement au rayonnement de la marque en France.

Acer sera également présent sur nos écrans de télévision en fin d'année ?

Effectivement, nous allons lancer une grande campagne de publicité en télévision à partir de la mi-novembre. Le timing est calculé pour accompagner la montée en puissance des achats de Noël jusqu'au pic de décembre. Cette campagne se déroulera sur 4 semaines et mettra en valeur l'un de nos produits héros, notre 2 en 1 : L'Aspire Switch 10 qui est à la fois Tablette et PC. Cette campagne sera également relayée via un focus sur digital : publicités chez différents partenaires, relais sur les réseaux sociaux, opérations commerciales, etc.

Quels sont les autres partenariats marquants de la marque Acer ?

La Paris Game Week constitue l'un des évènements phare du Gaming de cette fin d'année avec plus de 300 000 visiteurs attendus pour cette nouvelle édition. Acer était présent pour la première fois l'année dernière avec de très bons retours (près de 25 000 visiteurs sur le stand). En 2015, le stand Acer sera 100 % Gaming avec la gamme Predator dédiée au Hardcore Gamer. Celle-ci s'est considérablement étoffée et constitue

tion payante »

Stand PGW 2014

l'un de nos objectifs prioritaires aussi bien sur cette fin d'année que sur le long terme. Nous serons à nouveau placés à proximité des compétitions ESWC et de l'ESL qui génèrent un très fort trafic. Nous allons animer le stand grâce à des compétitions organisées tout au long de l'évènement. Les visiteurs pourront se qualifier en participant à des mini-tournois sur nos 10 machines Predator et affronter en finale des champions de e-sport présents sur la scène (un ring de 5 mètres avec des caméras pour retransmettre l'évènement). Ces derniers membres de la Team Acer sont nos ambassadeurs et viennent crédibiliser notre offre auprès des joueurs. Leur impact est considérable et c'est un élément clef de notre stratégie de communication autour du gaming. Nous allons aussi prendre la parole en magasin avec nos enseignes partenaires afin de déployer des corners dédiés au gaming en mettant en avant notre gamme complète Predator (Moniteur Curve G Sync, Notebook, Tablette et Desktop) ; ces corners seront animés par des démonstrateurs et permettront aux consommateurs de jouer et de tester de façon ludique la qualité de nos produits gaming lors de leurs achats de Noël.

Acer a également signé un partenariat important avec le FC Girondins de Bordeaux, quelle est sa valeur ajoutée ?

Le partenariat signé avec FC Girondins de Bordeaux va bien au-delà des partenariats habituels. En effet, nous avons créé deux espaces de démonstrations de 50 m² dans le nouveau stade Matmut Atlantique. C'est l'occasion pour la marque Acer de présenter l'ensemble de nos gammes dans les meilleures conditions aux nombreux visiteurs.

Nous mènerons de multiples opérations dans les 2 boutiques du nouveau Stade des Girondins de Bordeaux, situées dans les ailes Est et Ouest à l'occasion des matches de Bordeaux vs AS Monaco le dimanche 8 novembre et de Bordeaux vs OM le weekend du 19/20 décembre. Nous allons par exemple mettre en avant nos offres 100 % gaming Predator. De plus, nous allons mener en parallèle des campagnes d'e-mailings autour d'offres spéciales. A noter enfin que cet été, Acer a été partenaire de la tournée des plages du 15^e Girondins Tour (de Hendaye à Royan en passant par le bassin d'Arcachon, Lacanau, Bordeaux) pour aller à la rencontre du public (plus de 130 000 personnes) et leur faire découvrir nos nouveautés en mobilité et en gaming avec les gammes V Nitro/Predator.



Boutique Acer au coeur du stade des Girondins de Bordeaux



Acer, champion de la mobilité

Acer, compagnon idéal du quotidien, vous aide à mieux « switcher » d'un monde à un autre avec ses solutions 2 en 1 et convertibles ultra-portables, son smartphone endurant accompagné du prolongement idéal avec le bracelet connecté Leap. Explications.

La gamme « Switch » prend des couleurs

La nouvelle gamme de 2 en 1 Aspire Switch s'enrichit et compte désormais 3 références. La série la plus colorée sera sans conteste la Switch 10E qui sera déclinée en magenta, bleu, blanc, gris, mauve ou orange. Grâce à sa charnière particulièrement robuste et à sa batterie endurante, celle-ci devient le parfait compagnon de voyage (à partir de 299 euros). La nouvelle Switch 11 V intègre le dernier processeur Core M d'Intel, permettant de gagner en finesse et en performance. Équipée de 4 Go, 128 Go de SSD, cette nouvelle version répond à tous les besoins en mobilité (599 euros). Enfin l'Aspire Switch 12 avec son écran Full HD de 12,5 pouces propose des performances haut de gamme pour répondre aux exigences professionnelles grâce à une batterie longue durée de 8h (799 euros).



Aspire R, la série convertible d'Acer

De son côté, la série Aspire R propose également 3 ultra-portables. Le R11, un convertible de 11,6 pouces, petit, léger et flexible qui fonctionne en mode tente, bloc note ou tablette (299 euros TTC). Le R13 est la version haut de gamme de l'ultrabook convertible par Acer avec une charnière « brevetée » qui permet une utilisation à 180° grâce à une autonomie de 10h (13,3 pouces à 1 499 euros TTC). Enfin, la gamme est complétée par le R14, un convertible avec une finition en aluminium brossé dont le grand écran de 14 pouces conviendra à toute la famille (799 euros TTC).



Smartphone Acer Liquid Z630 : le champion de l'endurance

Avec le nouveau Acer Liquid Z630, la marque taïwanaise s'adresse aux utilisateurs les plus pointilleux qui exigent performance et endurance de leur smartphone. En effet grâce à sa batterie de 4000 mAh, le Z630 est en capacité de tenir plus d'une journée en utilisation intensive et jusqu'à 3 jours en usage normal. Celui-ci se classe premier de certains tests d'endurance menés par les sites spécialisés. Avec son grand écran de 5,5 pouces, sa très grande fluidité grâce au processeur quadricœur MediaTek MT6735 64 bits et son châssis mince et incurvé, celui-ci répond à toutes les exigences. Il dispose en outre des multiples services Acer qui facilitent le passage du smartphone au PC (199 euros TTC).



Des bracelets connectés pour Acer

Spécialiste de la mobilité, Acer ne pouvait être absent du secteur des bracelets connectés. Le constructeur propose 3 solutions compatibles Android, iOS et Windows qui affichent une autonomie de 5 à 7 jours. Le Leap Active (69,90 euros) permet de mesurer son activité quotidienne et enregistre aussi les cycles de sommeil. Son écran de 1 pouce affiche les notifications (SMS, email). De son côté le Leap Fit (129 euros), intègre un capteur cardiaque ainsi qu'un indicateur de stress (appli Leap Manager) en plus du tracker d'activité. Plusieurs bracelets sont disponibles afin de le personnaliser (or, argent ou métal noir). Un modèle disponible fin décembre. Enfin la version design est le Leap Curve (149 euros) qui bénéficie d'un écran incurvé pour épouser la forme du poignet en plus de toutes les fonctionnalités du Leap Fit.



Acer, élu meilleur service client pour la 3^e année consécutive



Acer vient d'être récompensé pour la 3^e année consécutive pour la qualité de son service client (dans la catégorie informatique). Christian Cosneau, directeur du Service Client, nous explique les raisons de ce succès en détail.



Comment expliquez-vous ce nouveau titre de meilleur service client pour Acer ?

La qualité du service client est une priorité de longue date pour le groupe Acer dans l'ensemble de ses filiales. En France, Acer a fortement investi, dès 2009, dans son centre de réparation situé à Angers (49) qui compte plus de 80 personnes. Notre centre d'appel est également intégré à Acer. Pour les équipes qui ont contribué à cette récompense, ce prix représente le résultat d'un travail rigoureux sur la durée. A noter que pour atteindre ce niveau d'efficacité, nous réalisons en interne des enquêtes mensuelles de satisfaction afin de voir en détail ce qui peut poser problème et par conséquent ce qui peut être encore amélioré.

Comment cela se passe-t-il concrètement ?

En cas de panne, chaque client peut nous contacter directement par téléphone, mail ou sur notre site Internet. Nous procédons alors au diagnostic. En cas de besoin d'un passage par notre centre technique, nous lui faisons alors parvenir par email les documents de transport prépayés et identifiés pour envoyer son colis gratuitement. Le client dépose ensuite son colis à la Poste ou dans un point relais (7 000 en France). L'identification de chaque colis nous assure une parfaite traçabilité. Le suivi du traitement du dossier fait ensuite l'objet d'email et de SMS à chacune des étapes : réception du produit au centre technique, attente de pièce, réparation en cours, renvoi du colis. A noter que ce traitement optimisé se fait aussi grâce à un logiciel interne de suivi de l'ensemble des pannes (base de données Workflow), notre centre de SAV possède ainsi en stock plus de 92 % des pièces nécessaires à la réparation. Et notre hub européen peut nous livrer l'ensemble des pièces sous 24 ou 48h maximum. Par ailleurs, nous travaillons sans cesse à améliorer ce système d'envoi automatisé.

Nous avons ainsi collaboré avec Chronopost, dans une phase pilote, à la mise en place d'un service dédié, baptisé Zengo, qui permet de déposer un colis Chronopost directement dans un point relais sans avoir à l'emballer, le point relais ayant des pochettes de transport à disposition.

Quels sont vos autres points d'amélioration ?

Nous avons identifié certaines insatisfactions client comme celle de la demande du coût de la réparation d'un produit qui n'est plus sous garantie. Auparavant, il fallait réaliser un devis en envoyant le produit. Désormais notre centre d'appel identifie la panne à distance (disque dur, écran, etc.) et donne immédiatement une estimation du prix de la réparation. Résultat, nous sommes ainsi passé de 40 % de réponses « je vais réfléchir » à seulement 5 %.

Quels sont les autres éléments qui interviennent dans le processus ?

Tout ce qui contribue à la bonne information du client du début jusqu'à la réception finale à son domicile est essentiel pour nous. Nous devons aussi veiller au confort mental de nos clients. La qualité de la relation client repose aussi sur chaque détail dans la transmission de l'information. C'est d'ailleurs pour cela que l'ensemble des procédures ont fait l'objet d'une identification ISO 9001. Cette démarche qualité demande une maîtrise parfaite des procédures, elle nous a permis de mettre en place une véritable dynamique de travail. Nous examinons et analysons en détail chaque étape du contact avec le client afin de l'améliorer sans cesse.

acer



Nous sommes
Vainqueurs

pour la troisième année consécutive !